



上半年国内旅游数据情况出炉 旅游人次和收入实现大幅增长

本报讯(记者 魏彪)7月13日,文化和旅游部公布2023年上半年国内旅游数据情况。数据显示,2023年上半年,国内旅游总人次、国内旅游收入(旅游总花费)同比增幅分别为63.9%、95.9%。根据国内旅游抽样调查统计结果,2023年上半年,国内旅游总人次23.84亿,比上年同期增加9.29亿,同比增长63.9%。其中,城镇居民国内旅游人次18.59亿,同比增长70.4%;农村居民国内旅游人次5.25亿,同比增长44.2%。分季度看:2023年第一季度,国内旅游总人次12.16亿,同比增长46.5%。2023年第二季度,国内旅游总人次11.68亿,同比增长86.9%。数据显示,2023年上半年,国内旅游收入(旅游总花费)2.30万亿元,比上年增加1.12万亿元,增长95.9%。其中,城镇居民出游花费1.98万亿元,同比增长108.9%;农村居民出游花费0.32万亿元,同比增长41.5%。

新时代 新征程 新伟业

文旅大餐端上来 畅游一夏“嗨”起来

□ 本报采访组

暑假来了,大手牵小手,亲子游火爆大江南北;高温来袭,避暑纳凉,“躺平”之旅成新潮……今年暑期,大众出游热情高涨,亲子、研学、避暑、夜游等热门出游方式受追捧,旅游成为满足人民精神文化需求和拉动消费的突出亮点。

文化和旅游部日前启动“畅游一夏”2023年国内旅游宣传推广季(简称“畅游一夏”推广季),联合网络媒体和在线旅游平台,联动各地文化和旅游部门,加大暑期旅游宣传推广,精准对接需求,为大众端上一桌丰盛的文化大餐,让大众尽情畅游一夏。

线上平台助力

“畅游一夏”推广季是“旅游中国·美好生活”2023年国内旅游宣传推广季的重要组成部分,延续了“联动线上平台”的特点。启动伊始,各大线上平台为精准开展旅游宣传推广提供了有效助力。数据显示,经历了春节、五一、端午的元气恢复,旅游市场迎来新增长,可谓“气温高、出游热情更高”。

根据美团、大众点评数据,今年暑期,亲子游、跨省游显著复苏。7月1日-10日,国内旅游消费订单(含酒店民宿、景点门票、交通等)相较2019年同期翻倍,其中亲子相关的住宿预订量较2019年增长150%,跨省预订的住宿订单占比超过2019年同期。值得关注的

是,夜间消费增长明显,“特种兵旅游”变成了“躺平游”,一些游客选择“昼伏夜出”的“躺平游”。“一方面是为了避开高温,另一方面是因为酒店民宿具备了目的地属性、有丰富的体验项目。”美团研究院副院长厉基巍表示。

同程数据显示,7月2日-8日,同程旅行平台机票服务人次较2019年同期增长约32%;酒店预订服务人次较2019年同期增长155%;景点门票服务人次较2019年同期增长37%。客群结构方面,暑期亲子家庭是绝对主力,亲子游及研学旅行目的地以北京、西安等历史文化名城最为热门。

途牛数据显示,今年暑期旅游市场呈现几个显著特点:一是长线游占据主导,国内长线游进入第一波出游高峰,预计出游人次占比达66%;二是亲子、避暑、研学是热门,研学主题游迎来预订热潮;三是高品质产品广受认可,精品小团、私家团、房车游等逐渐被接受和认可;四是更多游客选择自由行、自驾游出游方式,延续了疫情发生以来形成的一些潮流趋势。

马蜂窝数据显示,6月22日-28日,“毕业旅行”热度涨幅达180%,318川藏线、青甘大环线自由旅游攻略阅读量涨幅超两倍。“避暑游”热度暴涨550%,贵州、云南、青海、西藏、新疆等地因天气凉爽备受青睐。

活动别开生面

“畅游一夏”推广季期间,文化和旅游部将联合线上平台加大宣传推广力度,以流量赋能推动供需有机互动,为促进国内大循环发挥积极作用。

结合“畅游一夏”推广季,携程瞄准暑期研学、火车慢游、旅游包车等热点上线特色产品。同时,关注到7-8月全国预计有超百场演唱会、音乐节、音乐节,携程专门推出音乐节、演唱会旅行套餐产品,受到市场追捧。

抖音推出“好好旅行”特色活动,分为大牌日、爆品日、心动目的地、事件营销四大主题。大牌日活动期间,预计开展20多场品牌直播;爆品日活动期间,将邀请达人成为旅行爆品代言人;心动目的地活动期间,将选取重点旅行目的地,以“优质内容+商家交易”实现“种草拔草一体化”;事件营销活动期间,创新线下玩法,让消费者形成独家记忆点。

新浪微博结合“畅游一夏”推广季深入推进“城市巡游记”话题活动,策划推出“畅游一夏”子话题,“种草”城市漫游;联动目的地策划热搜话题,从毕业旅行、反向旅行、全家旅行等着手,催生新热点;联动各省区市文化和旅游厅(局)蓝V、景区蓝V等推介本地资源、分享惠民措施。

力推新品新线

“畅游一夏”推广季期间,文化和旅游部联合各地加大旅游宣传推广力度,为大众提供暑期新玩法,助力各旅游目的地成功引客留客。

“这么近,那么美,周末到河北”已经被广大游客耳熟能详。近日启动的首届“中国坝上草原欢乐季”暨河北夏季旅游宣传推广活动将与“畅游一夏”推广季联动开展,从7月持续到9月,推出音乐草原狂欢之旅等精品线路以及30场重点活动,吸引游客到坝上草原畅享21℃的夏天。

(下转第2版)

文化和旅游部发布出游提示:

增强汛期防范意识 注意防暑降温

本报讯(记者 徐晓)当前,全国即将进入“七下八上”防汛关键期,同时叠加暑期,文化和旅游部7月13日发布汛期、暑期出游提示。

文化和旅游部提醒广大游客增强汛期防范意识。游玩途中及时关注天气变化及最新预报预警信息,警惕山体滑坡、泥石流、山洪暴发等安全风险,及时调整出游行程,及时应急避险。

文化和旅游部提醒广大游客增强消防安全意识。严格遵守消防安全管理规定,不在易燃物聚集地或有防火提示的地方吸烟、烧烤或者使用明火。

入住宾馆饭店时,及时了解消防疏散通道,不躺在沙发上、床上吸烟。

文化和旅游部提醒广大游客增强文明出游意识。爱护文物古迹,保护生态环境,爱惜公共设施,遵守公共秩序,尊重当地文化传统、宗教信仰,践行文明旅游行为规范,弘扬文明旅游新风尚。

文化和旅游部提醒广大游客注意防暑降温。高温天气期间,合理安排行程和旅游项目,避开或缩短户外活动,科学调整休息时间。特殊情况下,听从工作人员的指挥和安排,做到有序疏散。

2022年文化和旅游发展统计公报发布

本报讯(记者 魏彪)文化和旅游部近日发布《2022年文化和旅游发展统计公报》(以下简称《公报》)。《公报》显示,2022年,国内旅游总人次25.30亿,同比下降22.1%;国内旅游收入(旅游总消费)2.04万亿元,同比下降30.0%。

《公报》显示,2022年末,纳入统计范围的全国各类文化和旅游单位31.40万个,比上年末增加0.19万个。全国共有旅行社32603家,全年全国旅行社营业收入1601.56亿元,营业利润亏损68.87亿元。全国共有星级酒店8365家,其中7337家的经营数据通过省级文化和旅游部门审核,全年全国星级酒店营业收入1177.68亿元,平均房价318.48元,平均出租率38.35%。

全国共有A级景区14917个,直接从业人员147万人,全年接待总人次26.3亿人次,实现旅游收入1818.5亿元。

《公报》显示,2022年末,全国国家级非物质文化遗产项目1557项,共有在世国家级非物质文化遗产传承人2433名。列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录(名册)项目42个,位居世界第一。全年全国各类非物质文化遗产保护机构举办演出57762场,民俗活动13664次,展览18107场。

《公报》显示,2022年,全国文化和旅游事业费1202.89亿元,全国人均文化和旅游事业费85.20元。文化和旅游事业费占财政总支出的比重为0.46%,与上年基本持平。

新疆深入实施旅游兴疆战略

本报讯(王思超)中央政治局委员、新疆维吾尔自治区党委书记马兴瑞近日来到塔城地区沙湾市,深入文旅景区、特色企业、农业合作社等,围绕深入贯彻习近平总书记视察新疆重要讲话重要指示精神,完整准确贯彻新时代党的治疆方略,立足区域特色优势,强化龙头辐射带动,加快推进乡村全面振兴等进行调研。

眼下,新疆正值旅游旺季,景区景点游人如织。马兴瑞来到沙湾市鹿角湾景区和温泉景区,听取近期旅游发展情况介绍,深入调研景区运行管理、设施提升、服务优化等工作。他表示,要保护好、利用好新疆得天独厚的自然人文风光,巩固好当前旅游业蓬勃发展的良好势头,持续在提

升旅游基础设施能级、丰富旅游业态、提高服务水平、塑造特色魅力上下功夫,努力培育更多有影响力的文旅品牌,真正把新疆旅游业打造成为朝阳产业、惠民产业、明星产业。

马兴瑞表示,要深入实施旅游兴疆战略,加快优质文旅资源转化利用,提升旅游软硬件设施能级和经营管理服务水平,推进文旅深度融合发展,提升文旅发展核心竞争力,进一步擦亮“新疆是个好地方”品牌形象。要持续推动乡村全面振兴,贯通产加销,融合农文旅,推动乡村产业、人才、文化、生态、组织等全面发展。新疆维吾尔自治区党委书记、自治区人大常委会主任吴晓军讲话。

青海推进国际生态旅游目的地建设

本报讯(莫昌伟 姚津)青海湖国家公园建设和国际生态旅游目的地的青海湖示范区创建专题会近日召开。青海省委、省政府党组书记、省长陈刚主持并讲话,省委副书记、省长吴晓军讲话。

会议指出,建设以国家公园为主体的自然保护地体系是习近平生态文明思想在青海结出的丰硕成果,也是党的二十大精神在青海的具体实践。经过各方努力,目前青海湖国家公园和国际生态旅游目的地青海湖示范区创建工作取得明显进展。

会议强调,要用改革创新来破解发展难题,坚定不移走好具有青海特

色的人与自然和谐共生的高质量发展道路。要全力以赴加快青海湖国家公园总体规划编制工作,启动前期支撑性专项研究,理清国家公园的保护对象、基础设施的建设规划、周边景区的联动发展等问题;深化规划体系论证,加大重点规划专项研究力度。要全力以赴加大体制机制统筹协调,使国际生态旅游目的地青海湖示范区创建服从于青海湖国家公园创建;制定正面清单和负面清单,研究资金多元投入机制,建立统一、规范、高效的执法机制。要全力以赴做好旅游旺季服务保障工作,营造良好的舆论氛围,确保创建期间旅游工作有力有效开展。

“中西旅游对话”展现新机遇

□ 本报记者 郭子腾

盛夏时节,西班牙马德里,地中海的微风拂过,欧洲风格的古建筑群落散发出迷人魅力。当地时间7月3日,中西文化和旅游年重点项目“世界旅游联盟·中西旅游对话”举办,来自中国和西班牙两国旅游主管部门、协会、旅游企业的嘉宾共聚一堂,围绕双边旅游市场的需求变化和产品开发战略等内容展开讨论,共话中西旅游合作,共叙中欧传统友谊。

抢抓发展新机遇

2023年是中西建交50周年

年,举办中西文化和旅游年是习近平主席与西班牙首相桑切斯达成的重要共识。当前,全球旅游业处在加快复苏的关键节点,与会嘉宾对中西旅游市场恢复情况一致看好,并对深化双向旅游合作充满期待。

西班牙工业、贸易和旅游大臣戈麦斯表示,今年以来,西班牙旅游业加速恢复发展,各项预测数据积极向上,旅游业在复杂的环境中发挥巨大的优势并体现其价值。中国是重要的出境游市场,对西班牙和欧洲的重要性毋庸置疑。西班牙愿意加强西

中旅游联系,与中国携手合作共创辉煌,使今年成为充满机遇、收获丰硕的一年。

旅游合作一直是中欧人文交流最活跃的领域之一。中国旅游研究院数据显示,2019年,欧洲在中国出境游目的地结构占比中位居第二,在中国入境外国游客人数占比中占13.2%,同样位居第二。在欧洲旅游委员会执行主席、世界旅游联盟副主席爱德华多·桑坦德看来,中欧互为重要的客源市场和旅游目的地,欧方高度重视中国市场,期待今年游客数量可以回升

至疫前水平的42%。

“经过疫情,今天的西班牙旅游业界对全面恢复中西旅游合作的愿望十分强烈。”西班牙工业、贸易和旅游部旅游国务秘书莫里略对中西旅游合作的未来充满信心。他表示,西方将继续加强在中国的旅游推广,不断增开国际航班,努力使西班牙成为最受中国游客青睐的旅游目的地。

“中国旅游业展现出了强大韧性,出境游市场持续回暖,为世界经济的发展注入了强大信心和动力。”

(下转第2版)

视觉新闻

龙舟戏水

7月12日,中国·台江2023年施洞苗族独木龙舟节在贵州黔东南台江县拉开帷幕,吸引了众多游客慕名而至。据了解,苗族独木龙舟节是国家级非遗项目,历史悠久,是当地一年一度最重要的传统节日之一。图为当日,造型别致的独木龙舟在清水江巴拉河上竞技。

视觉中国 供图

